



PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 10/2025

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

LEI Nº 14.133/2021

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

1.1. O presente Estudo Técnico Preliminar visa caracterizar o interesse público e apontar a melhor solução para a demanda oficializada pela Seção de Comunicação Social através do Documento de Formalização de Demanda nº 63/2025, que visa contratação de empresa para a realização da publicidade institucional.

1.2. O serviço está atualmente sendo prestado pela Empresa GAV Agência de Publicidade LTDA. No aditivo vigente há a previsão de término do contrato em 28 de setembro de 2026, perfazendo o total de 60 (sessenta) meses de contratação. Entretanto, considerando a demanda da Seção de Comunicação Social e o interesse da Presidência da Casa em prosseguir com os trâmites licitatórios, conforme Despacho da Presidência nº 251/2025, o item 1.2 da cláusula primeira do 5º aditivo ao Contrato nº 10.008/2021 estabelece que “a conclusão de eventual processo licitatório com o mesmo objeto, dentro do prazo previsto no item anterior (até 27/09/2026), encerrará a presente contratação”. Assim, considerando a necessidade de manter a transparência do órgão e a eficiência na comunicação, apresenta-se o presente estudo.

1.3. A necessidade da contratação decorre da demanda por continuidade dos serviços de publicidade, promovendo a transparência das ações no Legislativo Municipal. Os serviços a serem contratados são de fundamental importância para manter uma imagem sólida da Câmara de Vereadores junto à comunidade, marcando presença diária na vida dos cidadãos, levando informações de maneira clara sobre os temas tratados pela Câmara e mostrando a importância dos trabalhos do Poder Legislativo, bem como seus impactos na população.

2. PREVISÃO DA AQUISIÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

2.1. Embora a legislação (Artigo 12, VII, da Lei nº 14.133) estabeleça a possibilidade de elaboração de um plano de contratações anual, é necessário considerar as circunstâncias específicas que podem justificar a sua ausência temporária, notadamente, a necessidade de adequação das estruturas funcionais do Legislativo para atender as novas diretrizes da Lei de Licitações.

2.2. Diante do exposto e devido a não obrigatoriedade da realização do Plano de Contratações Anual pela Administração, é dispensada, neste ato, a referência à prévia compatibilidade com o referido plano, eis que já demonstrada a possibilidade da contratação mediante a informação, no processo, da rubrica orçamentária que suportará a futura contratação.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. Subcontratação:

3.1.1. A contratada deverá fornecer diretamente o objeto, não podendo transferir a responsabilidade pelo objeto licitado para nenhuma outra empresa ou instituição de qualquer natureza;

3.2. Garantia da contratação:



Estado do Rio Grande do Sul
Município de Passo Fundo
Câmara Municipal de Vereadores



3.2.1. Não haverá exigência de garantia contratual.

3.3. A contratada deverá atender aos dispositivos legais pertinentes à segurança e a saúde dos colaboradores.

3.4. A contrata deverá observar as normas de proteção de dados, gestão documental e aspectos relativos à segurança da informação, conforme legislação cabível.

3.5. A contratada deverá assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica sobre a qualidade e especificação dos serviços que serão executados;

3.6. Nos valores propostos deverão estar inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente no fornecimento dos bens;

3.7. A proposta da contratada deverá ser redigida em língua portuguesa, datilografada ou digitada, em uma via, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devendo a última folha ser assinada e as demais rubricadas pelo licitante ou seu representante legal. Deverá ainda conter a indicação do banco, número da conta e agência, para fins de pagamento;

3.8. Todas as especificações do objeto contidas na proposta vincularão a Contratada.

4. LEVANTAMENTO DE MERCADO

4.1. Como forma de pesquisa, foram analisados processos similares feitos por outros órgãos e entidades, por meio do Portal Nacional de Contratações Públicas, com objetivo de identificar a existência de soluções que melhor atendam às necessidades da Administração.

4.2. Foram identificadas diferentes alternativas: a contratação de servidores efetivos para realização da publicidade institucional, a contratação de empresa para auxílio na Seção de Comunicação Social, com mão de obra exclusiva, e a contratação dos serviços de agência de publicidade.

Realização de concurso público para nomeação de servidores efetivos na área de comunicação social

4.2.1. Como vantagens desta solução, podem ser citados o fortalecimento do quadro interno de pessoal, a continuidade das ações de publicidade independentemente de contratos externos, e a valorização do serviço público.

4.2.2. Como desvantagens da solução, há o fato de que o processo de concurso é lento e trabalhoso, além de não garantir a diversidade de competências técnicas necessárias em publicidade institucional (criação, mídia, planejamento estratégico, etc.). Além disso, a Câmara Municipal não dispõe de todos os equipamentos audiovisuais, softwares, entre outros, necessários para a completa execução dos serviços pretendidos, considerando principalmente este cenário, onde haveria mais servidores em atuação.

4.2.3. Cabe destacar que a Câmara possui em seu quadro efetivo 2 (dois) servidores ocupantes do cargo de Assessor de Comunicação Social, além de um servidor CC ocupante do cargo de Chefe da Seção de Comunicação Social.

Ampliação do objeto na contratação de empresa terceirizada com cessão de mão de obra exclusiva para atuar na Seção de Comunicação



Estado do Rio Grande do Sul
Município de Passo Fundo
Câmara Municipal de Vereadores



4.2.4. A Câmara Municipal de Passo Fundo já mantém contrato com empresa terceirizada visando a cessão de mão de obra para desempenhar atividades relacionadas à publicidade e à comunicação social, contemplando a prestação de serviços de comunicação digital e televisiva, com produção de conteúdo multiplataforma.

4.2.5. Como vantagens desta solução, há a possibilidade de reforço da equipe interna e o atendimento contínuo das demandas, visto que os funcionários estarão pessoalmente nas dependências da Câmara Municipal de Passo Fundo.

4.2.6. Entre as desvantagens está a inconformidade do modelo com a natureza estratégica da publicidade institucional, que exige registro profissional específico. Os serviços prestados atualmente são mais voltados à assessoria de imprensa do que à publicidade institucional, e considerando o Art. 2º da Lei 12.232/2010, que delimita as atividades consideradas como “serviços de publicidade”, entende-se que esses não atendem totalmente a necessidade do órgão para o objeto pretendido. Assim como na solução anterior, a Câmara Municipal não dispõe de toda a estrutura necessária para criação e veiculação de campanhas.

Contratação de Agência de Publicidade

4.2.7. Entre as vantagens estão a maior adequação com a legislação vigente (Lei nº 12.232/2010), o acesso a equipe multidisciplinar qualificada, estrutura técnica e criativa completa, com maior facilidade de planejar, conceber e executar campanhas de publicidade institucional de maior impacto e alcance, visto que as agências dispõem de melhor estrutura, garantindo economicidade e efetividade na comunicação com a sociedade.

4.2.8. Quanto às desvantagens, a contratação depende de processo licitatório com procedimentos específicos (Lei nº 12.232/2010), exigindo maior dedicação de tempo e recursos para sua realização.

4.3. Considerando que a Câmara já se utiliza das duas primeiras soluções citadas, entende-se que as alternativas de ampliação de quadro e de contratação de mão de obra não atendem de forma suficiente a demanda por publicidade institucional.

4.4. Além disso, na contratação de profissionais, como jornalistas, designers e editores, deve-se considerar que, apesar de essenciais, atuam de forma pontual, produzindo peças ou conteúdos específicos. A publicidade institucional como um todo exige planejamento estratégico integrado (pesquisa de mercado, definição de públicos, escolha de meios, compra de mídia, avaliação de resultados...), que depende de uma estrutura maior, multidisciplinar e especializada em campanhas.

4.5. Dessa forma, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, conclui-se que a Câmara Municipal necessita continuar aliando as competências de suas equipes internas à expertise de uma agência de publicidade e propaganda, a qual deve dispor de conhecimentos técnicos, profissionais e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas na Câmara Municipal.

5. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO

Item	Descrição	Unidade	Quantidade
------	-----------	---------	------------



1	Serviço de publicidade institucional a ser prestado por agência de publicidade e propaganda	Serviço	1
---	---	---------	---

5.1. A contratação deve ocorrer por um período 12 (doze) meses, prorrogável nos termos da Lei 14.133/2021;

5.2. Todos os demais elementos necessários ao atendimento à demanda da Administração estarão dispostos nos Termos de Referência e demais anexo do Edital.

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

6.1. Conforme o Despacho da Presidência nº 251/2025, pretende-se manter o valor atual de investimento em publicidade, correspondente a R\$375.000,00 (Trezentos e setenta e cinco mil reais).

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

7.1. O objeto da presente licitação é a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, propaganda, englobando as atividades de planejamento, criação de layouts e roteiros, produção de peças gráficas e digitais, supervisão técnica junto aos fornecedores contratados, administração de mídia para veiculação das peças publicitárias em redes sociais, jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, bem como junto aos demais meios de comunicação de acordo com as necessidades e planos da Câmara.

7.2. Os serviços e as ações de comunicação, publicidade e propaganda deverão ser executados pela agência, que atuará conforme chamamento da Câmara mediante solicitação, sendo que os mesmos serão destinados a fortalecer a imagem do Legislativo Municipal de Passo Fundo, com ênfase na caracterização do atributo da representação popular, a disseminar o conceito de qualidade e relevância da atuação destinada a aumentar o relacionamento entre este Poder e a comunidade, cujos conteúdos serão de caráter educativo, institucional, informativo ou de orientação social, e deverão estar em sintonia com as questões estratégicas definidas pela administração. A política de comunicação social do Legislativo tem como princípios a informação e a transparência de seus procedimentos, a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

7.3. Os serviços acima indicados serão concretizados através de:

7.3.1. Assessoramento e apoio na execução de ações de divulgação e de promoção;

7.3.2. estudo, concepção, execução e distribuição de peças e campanhas publicitárias e materiais de cunho informativo e/ou educativo, impressos e eletrônicos;

7.3.3. programas de comunicação institucional;

7.3.4. programas de apoio informativo e/ou educacional, relativos a eventos de interesse da Câmara;

7.3.5. comunicados em geral;



7.3.6. elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;

7.3.7. demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda;

7.3.8. supervisão, administração e fiscalização de mídia para veiculação das peças publicitárias em jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão;

7.3.9. criação e substituição trimestral, a critério da Câmara, de peças publicitárias a serem veiculadas na publicidade institucional do Legislativo junto aos respectivos órgãos de imprensa (jornal, televisão e rádios).

7.3.10. planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre o resultado das campanhas realizadas.

7.3.10.1 As pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência do contrato.

7.3.10.2 É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade

7.4. Todo o material produzido e pago pela Câmara de Vereadores de Passo Fundo será de sua propriedade, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação aplicável a direitos autorais e a direitos de imagem

8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

8.1. O objeto do presente estudo, considerando a necessidade institucional e as justificativas do item 5, levantamento de mercado, prevê como solução a terceirização do serviço completo, delegando a responsabilidade a uma única empresa pela facilitação na gestão administrativa.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Pretende-se com a presente licitação atender a demanda originária da Seção de Comunicação Social, garantindo a continuidade das atividades de publicidade institucional e, conseqüentemente, a transparência nos trabalhos do Legislativo.

9.2. Quanto ao melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiro disponíveis, tanto como em termos de economicidade, acredita-se que a solução sugerida no presente ETP atende ao melhor interesse da Câmara Municipal em todos os aspectos do inciso IX, §1º do Art. 18 Lei 14.133/21.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

10.1. Não serão necessárias providências para a adequação do ambiente do órgão nem capacitação de servidores para atuarem na contratação e fiscalização do contrato, visto que a Seção de Comunicação Social já está habituada com o serviço requerido e poderá auxiliar fornecendo as



informações necessárias.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

11.1. Não se faz necessária a realização de contratações correlatas e/ou interdependentes ao objeto pretendido.

12. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS:

12.1. Não se aplica.

13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO

13.1. Analisados os documentos constantes deste processo, DFD e demais e informações postas, caracterizado o interesse público na contratação destes serviços, de forma a proporcionar a continuidade da publicidade institucional na Câmara Municipal de Passo Fundo, bem como identificada a solução mais vantajosa à Administração, caracteriza-se a futura contratação como viável e essencial a este Órgão, tecnicamente e economicamente.

Passo Fundo, Capital Estadual e Nacional da Literatura, 28 de outubro de 2025.

*O PODER
DA COMUNIDADE*

*CÂMARA DE VEREADORES
PASSO FUNDO - RS*





**CÂMARA MUNICIPAL DE
PASSO FUNDO**

RUA DR. JOÃO FREITAS, 75 - 99010-005
04.763.273/0001-49

Manifesto do Documento

Para confirmar a integridade do documento, basta informar a chave de autenticação (BA36BAB8) no site:
<https://citta.click/BA36BAB8>

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR		Autenticação  BA36BAB8
Protocolo -		
Documento 000015 / 2025	Processo -	



Assinatura Eletrônica Simples
Identificação: LETÍCIA FORTUNA COMASSETTO
CPF: 039***.***18
Assinado em: 28/10/2025 16:43:16
Local: IP: 45.190.248.234 Geolocalização: -28.251411, -52.398615

Hash do documento (SHA-256): e4094e557fab2da79bf0df6d61b515b59bae8fd731a3d4b8ccc7458747ad98c3

Documento assinado eletronicamente, conforme relação de assinatura(s) acima identificadas(s), assinado nos termos da Lei Federal nº 14.063/2020; MP 2.2002/01.